

STRATEGI REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN PEDAGANG PASAR ORO-ORO DOWO KOTA MALANG

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh

Gelar sarjana Administrasi Publik

Oleh:

DHIVA AGIL DANUARTA

NPM 22101091080



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

PROGAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK

2025

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggambarkan pelaksanaan strategi revitalisasi pasar tradisional dalam upaya pemberdayaan pedagang di Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: pertama, untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis bagaimana strategi revitalisasi yang diterapkan oleh pemerintah dalam mengubah Pasar Oro-Oro Dowo menjadi pasar rakyat yang modern dan berdaya saing. Kedua, untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis dampak revitalisasi terhadap pemberdayaan pedagang pasar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang dikembangkan melalui interaksi langsung antara peneliti dengan informan seperti pengelola pasar, pedagang, dan pihak Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi revitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo telah diterapkan dalam beberapa bentuk, seperti perbaikan infrastruktur, penerapan sistem pembayaran digital (QRIS), serta pengembangan pasar sebagai destinasi wisata kuliner. Strategi ini dianalisis menggunakan teori strategi Geoff Mulgan yang mencakup lima indikator: tujuan, lingkungan, pengarah, tindakan, dan pembelajaran. Meskipun revitalisasi membawa dampak positif seperti peningkatan kenyamanan, daya tarik pasar, dan peningkatan pendapatan pedagang, namun masih terdapat kendala seperti keberadaan PKL di sekitar pasar, serta tantangan dalam membangun kesadaran dan adaptasi digital di kalangan pedagang. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi yang lebih kuat antara pemerintah, pengelola pasar, dan para pedagang agar strategi revitalisasi dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

SUMMARY

This research illustrates the implementation of traditional market revitalization strategies as an effort to empower traders at the Oro-Oro Dowo Market in Malang City. The objectives of this study are: first, to identify, describe, and analyze the revitalization strategies implemented by the government in transforming Oro-Oro Dowo Market into a modern and competitive community market; and second, to examine the impact of revitalization on trader empowerment.

This study uses a qualitative descriptive method. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation, which were carried out through direct interaction between the researcher and informants, such as market managers, traders, and officials from the Department of Cooperatives, Industry, and Trade of Malang City.

The results show that the revitalization strategy of Oro-Oro Dowo Market has been implemented through various forms, such as infrastructure improvements, the application of digital payment systems (QRIS), and the development of the market as a culinary tourism destination. The strategy is analyzed using Geoff Mulgan's strategic theory, which includes five indicators: purposes, environment, direction, action, and learning. While the revitalization has had positive impacts such as improved comfort, increased market appeal, and enhanced trader income challenges remain, including the presence of street vendors (PKL), and low levels of digital literacy among traders. Therefore, stronger synergy between the government, market management, and traders is required to ensure more effective and sustainable revitalization.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar tradisional memiliki peran penting sebagai tulang punggung perekonomian lokal di Indonesia. Selain menjadi tempat utama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari, pasar tradisional juga menyediakan peluang kerja bagi berbagai kelompok masyarakat, terutama bagi pelaku usaha kecil dan mikro. Keberadaan pasar tradisional membantu meningkatkan pendapatan masyarakat lokal dan mendukung pengurangan angka kemiskinan. Pasar ini juga berfungsi sebagai wadah interaksi sosial dan budaya, mempererat hubungan antara anggota masyarakat. Selain itu, aktivitas ekonomi di pasar tradisional memberikan kontribusi langsung terhadap pendapatan daerah melalui retribusi dan pajak. Meskipun menghadapi tantangan dari keberadaan pasar modern, pasar tradisional tetap menjadi pusat penting dalam perekonomian lokal karena keberagamannya, keterjangkauan harga, dan dampak ekonominya yang luas (Kompas, 2021).

Perekonomian Indonesia terus menunjukkan tren pertumbuhan yang stabil dalam beberapa dekade terakhir, yang sebagian besar ditopang oleh konsumsi domestik, sektor perdagangan, serta kontribusi besar dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, UMKM memberikan kontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Keuangan RI, 2023). Dalam hal ini, pasar tradisional memiliki

posisi strategis sebagai pusat kegiatan ekonomi rakyat yang turut mendorong sirkulasi ekonomi lokal serta menjadi wadah utama bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Selain sebagai tempat transaksi jual beli, pasar tradisional juga berfungsi sebagai ruang sosial dan budaya, sekaligus sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil (Kumparan, 2024).

Pentingnya pemberdayaan pedagang pasar tradisional tidak dapat diabaikan, terutama dalam upaya memperkuat ekonomi daerah dan menjaga keberlanjutan pasar tradisional di tengah pesatnya perkembangan pasar modern dan digitalisasi. Pemerintah telah menginisiasi berbagai program seperti revitalisasi pasar rakyat, penerapan sistem pembayaran digital melalui QRIS, serta pelatihan keterampilan bagi pelaku UMKM sebagai bentuk dukungan terhadap peningkatan kapasitas pengelolaan yang tepat dan berbasis pemberdayaan, pasar tradisional diharapkan mampu memberikan kontribusi lebih besar terhadap kesejahteraan pedagang serta memperkuat ekonomi kerakyatan yang adil, inklusif, dan berkelanjutan (Kementerian Perdagangan RI, 2024).

Pemberdayaan pedagang pasar tradisional merupakan strategi kunci dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan daya saing mereka. Upaya ini dapat diwujudkan melalui berbagai inisiatif, seperti pelatihan keterampilan, pemberian akses permodalan, serta pengembangan jaringan pemasaran (Alim dkk., 2022) menyatakan bahwa tujuan utama dari pemberdayaan masyarakat adalah untuk memperkuat serta memaksimalkan potensi dan daya saing kelompok-kelompok masyarakat yang masih tergolong lemah, termasuk para pedagang di pasar

tradisional. Dengan peningkatan kapasitas tersebut, pedagang diharapkan dapat menjadi lebih mandiri dan mampu bersaing di tengah gempuran pasar modern.

Pasar tradisional menghadapi tantangan signifikan akibat perkembangan pasar modern dan ecommerce di era digital, yang mengubah pola belanja konsumen secara drastis. Pasar modern menawarkan kemudahan akses, kenyamanan, dan pengalaman berbelanja yang lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menarik pelanggan melalui berbagai platform daring. Pergeseran ini terutama terlihat di kalangan generasi muda yang lebih cenderung memilih minimarket atau aplikasi online dibandingkan pasar tradisional, yang selama ini berperan sebagai pusat interaksi sosial dan ekonomi. Dengan adanya transformasi digital, pasar modern semakin mendominasi preferensi konsumen, membuat pasar tradisional harus beradaptasi untuk tetap bertahan dalam persaingan yang semakin ketat (Pameling dkk., 2024).

Perubahan preferensi belanja masyarakat ke platform digital telah menyebabkan penurunan omzet pedagang pasar tradisional. Selain kehadiran pasar modern yang turut memengaruhi eksistensi pasar tradisional, maraknya pertumbuhan e-commerce di Indonesia juga menjadi faktor yang tak kalah signifikan. Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan inovasi melalui digitalisasi, seperti pengembangan aplikasi yang menghubungkan pedagang dengan konsumen secara online. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi sekaligus menarik kembali minat konsumen untuk tetap berbelanja di pasar tradisional (Rohmania, 2023).

Pemerintah pusat mendorong kolaborasi dengan pemerintah daerah untuk merevitalisasi dan membangun pasar tradisional agar lebih nyaman bagi masyarakat. Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, menekankan bahwa dengan total 18 ribu pasar di Indonesia, perlu dilakukan perbaikan baik dari segi infrastruktur maupun sistem penjualan, termasuk mengedukasi pedagang agar dapat berjualan secara online dengan menjaga kualitas produk yang dijual. Pemerintah ingin pasar tradisional tidak hanya bertahan, tetapi juga semakin kuat di tengah persaingan dengan pasar modern. Menurut Teten, digitalisasi pasar tradisional melalui ekosistem seperti Grab dapat menjadi solusi, karena memungkinkan pedagang menjangkau pembeli lebih luas dengan sistem pembayaran online dan layanan pengantaran. Pemerintah juga menargetkan 30 juta UMKM dapat terhubung ke ekosistem digital sebagai bagian dari transformasi ekonomi nasional (Kumparan, 2023).

Dengan tergesernya Pasar Tradisional oleh Pasar Modern, Kementerian Perdagangan (Kemendag) membuat sebuah Program Revitalisasi yaitu merubah Pasar Tradisional menjadi Pasar Rakyat. Pasar Rakyat ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi kerakyatan. Program ini merupakan salah satu dari tiga mandat Presiden Joko Widodo yang diungkapkan kepada Kementerian Perdagangan. Revitalisasi Pasar Rakyat ini memiliki target sebanyak 5.000 rakyat selama periode 2015-2019. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Tjahya Widayanti mengungkapkan bahwa Pasar Rakyat ini sangat bermanfaat bagi sektor penggerak ekonomi kerakyatan, dan juga dengan adanya revitalisasi ini dipercaya eksistensi pasar rakyat akan kuat dan tidak kalah saing dengan tokotoko modern

saat ini. Pada tahun 2018, Revitalisasi Pasar Rakyat ini telah terbangun sebanyak 4.211 unit (Kemendag, 2019).

Revitalisasi atau Pembangunan Pasar Rakyat ini bukan hanya sekedar pembenahan fisik, namun juga pembenahan pada nonfisik, yaitu pengelolaan pasar dan integrasi dengan sektorsektor lain. Demi memperkuat ekonomi pasar rakyat suatu daerah. Pemerintah bekerjasama dengan pemerintah daerah untuk melakukan Pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat (kemendag, 2019). Hal ini sudah tercantum pada UndangUndang No, 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal (1), (2), (3) yang menyatakan bahwa pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat. Pasar Rakyat juga telah memiliki Standar Nasional Indonesia (SNI) yang menjadi rujukan bagi pengelola pasar dalam mengelola dan memberdayakan komunitas pasar secara optimal dan professional. SNI Pasar Rakyat ini diharapkan dapat menjadi rujukan agar pasar rakyat dapat menjadi rumah ekonomi dan rumah budaya Indonesia yang mempunyai daya saing namun tetap mempertahankan kearifan lokal.

Program ini menjadi salah satu prioritas pemerintah dalam pembangunan ekonomi guna meningkatkan daya saing pasar tradisional Menurut penelitian (Rohmadani & Megawati, 2022), revitalisasi pasar bertujuan untuk memperbaiki kondisi fisik serta manajemen pasar guna mendukung keberlanjutan aktivitas ekonomi lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, kebutuhan akan revitalisasi semakin mendesak akibat dampak pandemi COVID 19, yang mengubah pola konsumsi masyarakat menuju belanja daring (Rohman & Larasati, 2023).

menekankan bahwa pandemi mempercepat urgensi peningkatan kebersihan dan keamanan pasar tradisional, sementara (Hadi Muktadir & Usman, 2023) menyoroti peran revitalisasi dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang dan pertumbuhan ekonomi daerah.

Dengan adanya sebuah penelitian terdapat pasar rakyat yang telah berhasil dan berdampak positif dapat dikatakan bahwa Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia merupakan strategi penting dalam menghadapi tantangan ekonomi modern dan memperkuat sektor perdagangan tradisional agar tetap relevan di era digital. Salah satu Pasar Tradisional yang di revitalisasi menjadi pasar rakyat adalah Pasar Oro-Oro Dowo di Malang, Jawa Timur. Kota Malang memiliki potensi besar sebagai kota wisata dengan ragam kuliner khas yang sangat beragam, menjadikannya sebagai salah satu tujuan utama bagi wisatawan yang ingin menikmati keunikan cita rasa Indonesia. Beberapa kuliner legendaris seperti Bakso President, Rawon Nguling, dan Pecel Kawi menjadi ikon yang mewakili kekayaan kuliner lokal Kota Malang. Bakso President, yang telah beroperasi sejak tahun 1977, terkenal dengan rasa bakso yang khas dan menjadi pilihan favorit bagi banyak wisatawan (Times indonesia, 2025).

Pasar Oro-Oro Dowo di Kota Malang memiliki keunikan budaya dan sejarah yang mendalam. Di dirikan pada tahun 1932, pasar ini mencerminkan arsitektur kolonial Belanda yang masih terjaga hingga saat ini, memperlihatkan kekayaan sejarah yang terpatri dalam setiap sudutnya. Selain sebagai tempat perniagaan, pasar ini juga menjadi saksi berbagai peristiwa penting, termasuk sebagai lokasi tawanan tentara Belanda pada masa penjajahan Jepang (Detiknews,

2017). Keunikan budaya dan sejarah ini menjadikan Pasar Oro-Oro Dowo bukan hanya sebagai pusat perdagangan, tetapi juga sebagai simbol perjalanan panjang Kota Malang dalam menghadapi perubahan sosial dan ekonomi dari masa ke masa (Radar Malang, 2024).



Gambar 1. Pasar Oro-oro Dowo 2016

Sumber: wordpress.com

Pasar Oro-Oro Dowo di Kota Malang adalah contoh sukses revitalisasi pasar tradisional menjadi pasar rakyat dengan konsep modern tanpa menghilangkan nilai budaya dan sejarahnya. Pasar yang didirikan pada tahun 1932 ini tetap mempertahankan arsitektur kolonial Belanda yang menjadi ciri khasnya. Revitalisasi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Malang mencakup peningkatan fasilitas, penerapan sistem pembayaran digital (QRIS), serta pengembangan pasar sebagai destinasi wisata kuliner. Langkah-langkah ini menjadikan pasar tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi tetapi juga sebagai sarana edukasi

budaya dan sejarah bagi pengunjung (Radar Malang, 2024).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rohmadani & Megawati, 2022) Revitalisasi yang dapat diterapkan pada pasar tradisional tidak hanya terbatas pada aspek fisik, tetapi juga mencakup sektor manajemen. Dari segi fisik, revitalisasi dapat dilakukan melalui perbaikan serta peningkatan kualitas bangunan, sistem konektivitas, papan petunjuk atau reklame, penataan ruang hijau, dan pengembangan area terbuka di kawasan pasar. Sementara itu, revitalisasi dalam aspek manajemen pasar melibatkan pembentukan sistem pengelolaan yang lebih baik, termasuk pengaturan tata cara penempatan pedagang, mekanisme pembiayaan, serta penyesuaian hak dan kewajiban pedagang. Selain itu, fasilitas yang tersedia di pasar harus diselaraskan dengan ketentuan yang berlaku guna memastikan pengelolaan yang lebih efektif.

Transformasi Pasar Tradisional Oro-Oro Dowo menjadi pasar rakyat di Kota Malang merupakan bagian dari upaya revitalisasi pasar tradisional yang telah dimulai pada tahun 2015. Revitalisasi ini bertujuan untuk mengubah pasar yang sebelumnya dikenal sebagai pasar tradisional menjadi destinasi wisata kuliner atau pasar rakyat yang menarik, dengan berbagai jenis makanan khas yang menjadi daya tarik utama. Proses ini juga memperkenalkan produk-produk lokal dan UMKM kepada pengunjung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan perekonomian lokal. Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang, Eko Sri Yuliadi, menjelaskan bahwa transformasi ini diharapkan dapat menjadikan pasar sebagai pusat kuliner yang nyaman dan menarik bagi

berbagai kalangan, khususnya generasi muda, yang semakin berperan dalam meningkatkan daya tarik dan jumlah pengunjung ke pasar tersebut (Bidang Komunikasi dan informasi publik, 2024)



Gambar 2 Pasar Oro-oro Dowo Setelah Revitalisasi
Sumber: republika.co.id

Gambar diatas menunjukkan setelah direvitalisasi, Pasar Oro-Oro Dowo di Kota Malang mengalami transformasi signifikan yang menjadikannya pasar rakyat yang bersih, rapi, dan nyaman, sehingga menarik minat tidak hanya warga lokal tetapi juga wisatawan, termasuk dari mancanegara. Revitalisasi ini tidak hanya memperbaiki kondisi fisik pasar, tetapi juga memperkuat fungsinya sebagai destinasi wisata kuliner dengan beragam pilihan makanan khas yang menggugah selera, pasar ini kini menjadi contoh sukses integrasi nilai tradisional dengan sentuhan modern, sekaligus menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini.(Kumparan, 2024).

Kuliner yang disajikan pada Pasar Oro-Oro Dowo ini beragam, terdapat makanan tradisional yang telah diinovasi dengan mengikuti zaman. Kuliner tersebut seperti sego liwet, kue lumpur, pangsit ayam, ayam goreng malabar dan sebagainya (Kumparan, 2024). Kuliner yang ada pada Pasar Oro-oro Dowo ini beragam dari makanan tradisional hingga makanan modern seperti makanan schotel, dan sebagainya. Selain menyajikan kuliner di pasar orooro dowo masih terdapat pedagang yang menjual seperti sayurmayur, daging, dan ayam potong. Di pasar orooro dowo juga membantu para UMKM menjual produk mereka seperti tas anayaman. Sistem Pembayaran pada Pasar Oro-Oro dowo ini sudah terdapat pembayaran berupa cashless atau biasa disebut dengan QRIS, sehingga anak zaman sekarang yang sering cashless akan terbantu dengan hal tersebut(Radar Malang, 2024).



Gambar 3. Kondisi Pasar Oro-oro Dowo Setelah Revitaliasi

Sumber : Dokumentasi Penulis

Pasar Oro-Oro Dowo di Kota Malang telah mengalami revitalisasi guna meningkatkan fasilitas dan kenyamanan bagi pedagang serta pengunjung. Namun, berbagai tantangan masih dihadapi dalam pengelolaannya, baik dari segi sosial,

ekonomi, maupun infrastruktur. Salah satu permasalahan yang muncul adalah ketidakharmonisan hubungan antara pedagang dan pekerja akibat kurangnya komunikasi serta persaingan usaha yang ketat. Selain itu, sistem parkir yang belum tertata dengan baik menyebabkan kemacetan di sekitar pasar, sehingga mengurangi kenyamanan pengunjung dan menghambat distribusi barang (Kompas, 2024).

Selain permasalahan tersebut, hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa keberadaan pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan di depan area pasar juga menjadi tantangan tersendiri. Pedagang resmi yang menempati kios atau los di dalam pasar diwajibkan membayar retribusi sebagai bagian dari pemeliharaan dan pengelolaan pasar, sementara banyak PKL di luar area pasar tidak dikenakan kewajiban serupa, sehingga tidak berkontribusi terhadap pemasukan daerah. Ironisnya, pembeli justru lebih memilih berbelanja di PKL karena akses yang lebih mudah serta harga yang lebih bersaing.

Keberadaan PKL ini menimbulkan dilema bagi pengelola pasar dan pemerintah daerah. Di satu sisi, mereka memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berbelanja tanpa harus masuk ke dalam pasar. Namun, di sisi lain, kondisi ini menciptakan persaingan yang tidak adil, di mana pedagang resmi merasa dirugikan karena tetap harus membayar retribusi tanpa memperoleh keuntungan lebih dalam menarik pelanggan.

Dengan adanya program revitalisasi pasar tradisional ke pasar rakyat ini tentunya terdapat strategi yang dilakukan Kemendag dan juga Pemerintah Kota Malang. Oleh karena itu penelitian ini membahas bagaimana strategi dalam proses

revitalisasi Pasar Tradisional ke Pasar Rakyat Pasar Oro-Oro Dowo Malang, Jawa Timur.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan mengenai pentingnya revitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo di Kota Malang, rumusan masalah penelitian ini adalah

bagaimana strategi revitalisi Pasar Tradisional dalam upaya pemberdayaan pedagang pasar Oro-Oro Dowo Malang?

C. Tujuan Penelitian

Menganalisis strategi revitalisasi Pasar Tradisional ke Pasar Rakyat, serta dalam upaya pemberdayaan pedagang Pasar Oro-Oro Dowo Malang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan terkait strategi revitalisasi pasar tradisional dan pemberdayaan pedagang, khususnya dalam konteks transformasi Pasar Oro-Oro Dowo menjadi pasar rakyat yang lebih kompetitif di era digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dalam upaya pemberdayaan pedagang di Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang melalui strategi revitalisasi yang lebih efektif. Bagi pedagang, revitalisasi dapat meningkatkan daya saing dan kesejahteraan mereka, sementara bagi pemerintah daerah dan

pengelola pasar, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang kebijakan serta pengelolaan pasar yang lebih optimal.



BAB VII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Revitalisasi pasar tradisional adalah strategi penting untuk mempertahankan eksistensi pasar rakyat di tengah pesatnya digitalisasi dan dominasi pasar modern. Pasar tradisional berperan sebagai pusat ekonomi lokal, ruang sosial-budaya, dan wadah UMKM. Namun, perubahan teknologi dan pola konsumsi menuntut adaptasi. Karena itu, revitalisasi tidak hanya fokus pada perbaikan fisik, tetapi juga pada manajemen, digitalisasi, dan pemberdayaan pedagang agar tetap kompetitif

Strategi revitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo di Kota Malang dianalisis menggunakan lima indikator dalam teori strategi publik Geoff Mulgan, yaitu *Purposes* (tujuan), *Environments* (lingkungan), *Directions* (arah), *Actions* (tindakan), dan *Learning* (pembelajaran). Dari kelima indikator tersebut, elemen yang paling menonjol adalah *Actions* atau tindakan. Indikator ini mencerminkan implementasi nyata dari strategi pemerintah dalam mengelola sumber daya dan kebijakan untuk menciptakan nilai publik (*public value*) melalui program revitalisasi yang terstruktur dan terukur.

Hasil dari strategi revitalisasi memberikan dampak langsung pada pemberdayaan ekonomi pedagang. Mereka kini memiliki akses pada fasilitas yang lebih modern, keterampilan digital yang meningkat, serta peluang pasar melalui daya tarik wisata. Hal ini turut mendorong peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha, menjadikan Pasar Oro-Oro Dowo sebagai bukti nyata

keberhasilan intervensi pemerintah dalam memperkuat ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Meski membawa perubahan positif, revitalisasi masih menghadapi hambatan. Sistem keamanan seperti CCTV tidak berfungsi optimal, dan penggunaan QRIS serta pemasaran digital belum merata, terutama di kalangan pedagang lanjut usia. Selain itu, keberadaan PKL di sekitar pasar menciptakan persaingan usaha yang kurang adil bagi pedagang resmi.

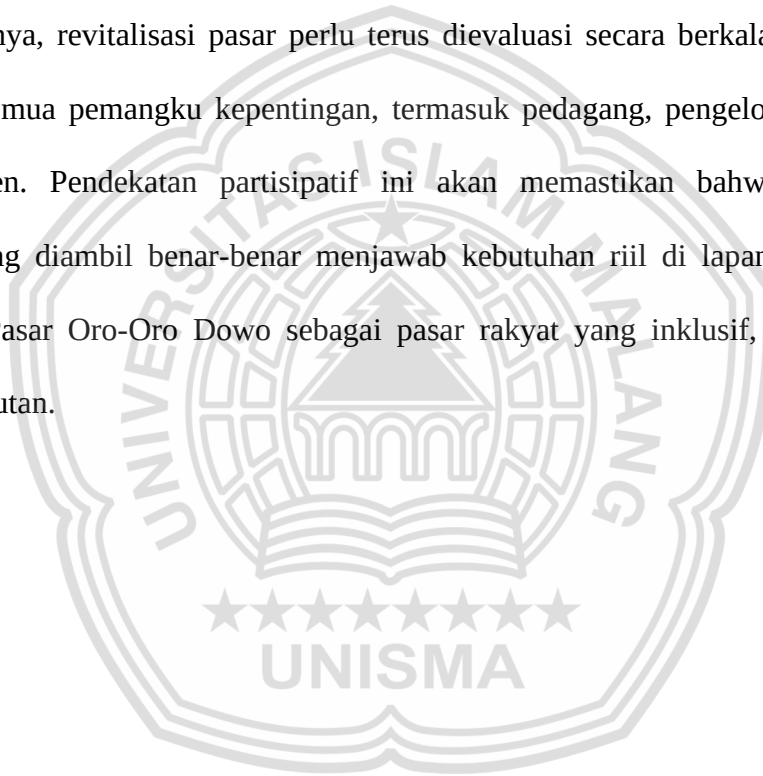
B. Saran

Untuk mengoptimalkan manfaat revitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo, perlu dilakukan langkah-langkah strategis guna mengatasi hambatan yang masih ada. Pertama, pemerintah daerah perlu memastikan seluruh fasilitas infrastruktur, khususnya sistem keamanan seperti CCTV, berfungsi dengan baik. Hal ini dapat dilakukan melalui pemeliharaan berkala dan kerja sama dengan pihak ketiga yang profesional di bidang teknologi keamanan pasar. Keberfungsian CCTV tidak hanya meningkatkan rasa aman, tetapi juga memberikan rasa nyaman bagi pedagang dan pengunjung.

Kedua, dalam hal pemberdayaan, perlu dilakukan pelatihan literasi digital secara berkala bagi para pedagang, terutama mereka yang berusia lanjut atau belum terbiasa menggunakan teknologi. Pelatihan ini dapat difasilitasi oleh dinas terkait bekerja sama dengan komunitas digital lokal, perbankan, atau lembaga pelatihan. Pendampingan secara langsung di lapangan juga penting untuk membantu para pedagang menerapkan QRIS dan sistem pembayaran non-tunai lainnya dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

Ketiga, untuk mengatasi masalah ketimpangan akibat keberadaan PKL di sekitar pasar, perlu dilakukan penataan yang adil dan bijak. Pemerintah kota sebaiknya menyediakan tempat khusus bagi PKL yang masih terhubung dengan area pasar, agar pedagang tetap dan PKL bisa berjualan bersama tanpa saling merugikan. Penertiban sebaiknya dilakukan dengan cara yang baik, mengutamakan komunikasi dan tidak merugikan pihak manapun

Akhirnya, revitalisasi pasar perlu terus dievaluasi secara berkala dengan melibatkan semua pemangku kepentingan, termasuk pedagang, pengelola pasar, dan konsumen. Pendekatan partisipatif ini akan memastikan bahwa setiap kebijakan yang diambil benar-benar menjawab kebutuhan riil di lapangan dan menjadikan Pasar Oro-Oro Dowo sebagai pasar rakyat yang inklusif, modern, dan berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Alim, W. S., Manullang, S. O., Aziz, F., Romadhon, S., Marganingsih, A., Ratnaningtyas, E. M., Sulandjari, K., Wulandari, R., & Efendi, Y. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Strategi*. Samarinda: PT. Gaptik Media Pustaka.
- Hamid, H. (2018). *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat*. Makassar: De La Macca.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. Bogor: IPB Press.
- SCP, D. I., & Widiyatmoko, A. (2020). *Pasar Tradisional*. Semarang: Alprin.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Mulgan, G. (2010). *The Art of Public Strategy: Mobilizing Power and Knowledge for the Common Good*. Oxford: Oxford University Press.

Artikel Jurnal dan Skripsi:

- Adityanto, A., & Paselle, E. (2024). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Pagi Samarinda. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(2), 50–63.
- Engkus, E. (2020). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Sarijadi Kota Bandung. *Jurnal Governansi*, 6(1), 9–16.

- Hadi Muktadir, M., & Usman, M. (2023). Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Pasar Tani Kota Bandar Lampung. *Journal on Education*, 6(1), 6701–6711.
- Masitoh, E. (2013). Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul. *Jurnal PMI*.
- Maskuroh, N. (2019). Peran Pasar Tradisional dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro.
- Pameling, D. P., Sari, G., & Faradea, N. (2024). Pengaruh Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional di Era Digital. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 162218–16223.
- Putri, M. (2024). Multitasking Perempuan pada Pedagang Pasar Lakessi Kota Parepare.
- Rohmadani, S., & Megawati, S. (2022). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Nambangan di Kota Surabaya. *Publika*, 10(1), 297–308.
- Rohman, A., & Larasati, D. C. (2023). Revitalisasi Pasar Rakyat sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional. *Anterior Jurnal*, 22(2), 69–75.
- Rohmania, N. L. (2023). Strategi Bersaing Pasar Tradisional di Era Digital: Studi pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk.
- Utami, W. N., & Mafruhat, A. Y. (2023). Dampak Program Revitalisasi Pasar terhadap Kesejahteraan Para Pedagang di Pasar Pelita Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 3(2), 386–391.
- Yusepa, W. Y., Kamilawati, A., Agesti, P. T., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran Competitive Advantage dalam Menarik Konsumen di Pasar Lokal: Studi pada Topshop Bandar Lampung. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 29–40.

Website dan Berita :

- Bidang Komunikasi dan Informasi Publik. (2024, November 5). Setelah Dua Pasar Kota Malang Bertransformasi, Lima Pasar Segera Menyusul –

- Pemerintah Kota Malang. <https://malangkota.go.id/2024/11/05/setelah-dua-pasar-kota-malang-bertransformasi-lima-pasar-segera-menyusul/>
- Detiknews. (2017). Pasar Oro-Oro Dowo Malang, Pasar Tradisional Sejak Zaman Kolonial. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3581268/pasar-oro-oro-dowo-malang-pasar-tradisional-sejak-zaman-kolonial>
- Kompas. (2021). Peran Pasar bagi Perekonomian Indonesia. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/22/133003169/peran-pasar-bagi-perekonomian-indonesia>
- Kompas. (2024). Konflik Hubungan Industrial Pekerja Pasar Oro Oro Dowo Kota Malang. <https://www.kompasiana.com/irvanhartanto7055/659fd44112d50f5f7939d222/konflik-hubungan-industrial-pekerja-pasar-oro-oro-dowo-kota-malang>
- Kumparan. (2023). Teten Masduki Mau Dorong Usaha Mikro di Kota Pinggiran Go Digital. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/teten-masduki-mau-dorong-usaha-mikro-di-kota-pinggiran-go-digital-20wFMxbzaSN>
- Kumparan. (2024a). 6 Kuliner di Pasar Oro-Oro Dowo beserta Daftar Menu yang Tersedia. <https://kumparan.com/seputar-malang/6-kuliner-di-pasar-oro-oro-dowo-beserta-daftar-menu-yang-tersedia-23iKfV3Ybgw>
- Kumparan. (2024b). Menilik Pasar Oro-Oro Dowo yang Telah Direvitalisasi. <https://kumparan.com/seputar-malang/menilik-pasar-oro-oro-dowo-yang-telah-direvitalisasi-23iItZsOkol>
- Kumparan. (2024c). Pasar Tradisional sebagai Pusat Budaya dan Ekonomi. <https://kumparan.com/meiliyani-18/pasar-tradisional-sebagai-pusat-budaya-dan-ekonomi-23qYqi8BWdk>
- Radar Malang. (2024). Pasar Oro-Oro Dowo, Sentra Kuliner Kota Malang yang Penuh Sejarah. <https://radarmalang.jawapos.com/berita-terbaru/815355786/pasar-oro-oro-dowo-sentra-kuliner-kota-malang-yang-penuh-sejarah>
- Times Indonesia. (2025). Pasar Rakyat Oro-oro Dowo Malang, Simbol Transformasi Pasar Tradisional Menuju Modernitas.

<https://timesindonesia.co.id/ekonomi/529534/pasar-rakyat-orooro-dowo-malang-simbol-transformasi-pasar-tradisional-menuju-modernitas>

Undang-Undang:

- Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2012). Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Lembaran Negara Republik Indonesia
- Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 784.

